



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

*"2020: Año del General Manuel Belgrano"*  
**LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.**

**VISTO:** El Expediente N° 00-00138/2020 del registro de esta Casa de Altos Estudios, y;

**CONSIDERANDO:**

**Que**, mediante el expediente referenciado en el "Visto" de la presente la Subsecretario de Posgrado de la UNLaR, Dra. Leila Torres, elevó para consideración de este Cuerpo Colegiado, seminario de posgrado denominado "**La radio como industria cultural en la convergencia digital**", a desarrollarse durante la primera quincena del mes de abril del año 2020, con un crédito horario de 20 hs., a cargo del Mg. Agustín Espada (adjunta CV).

**Que**, el mencionado Seminario tiene como objetivos problematizar la actualidad del mercado radiofónico desde un recorrido teórico e histórico que introduce problemáticas tecnológicas, socio-culturales, económicas y políticas a su estudio. La propuesta es teórico reflexiva ya que a partir de la presentación y lecturas de la bibliografía, se abren instancias de tratamiento de lo visto en casos de actualidad. Además, el recorrido histórico y teórico tiene el objetivo de profundizar la problematización de lo entendido históricamente como radiofónico y cuestionarlo con los modelos actuales de hibridación de lenguajes y plataformas.

**Que**, el dictado del Seminario de postgrado está dirigido a graduados de carreras de comunicación, producción de medios, locución y operación técnica; como así también a docentes, directivos y funcionarios públicos que tengan a su cargo el diseño de políticas de comunicación o la gestión de medios, que posean título de grado universitario o de nivel superior no universitario, de carreras de cuatro años o más de duración; también, egresados de tecnicaturas o profesorados universitarios. Para casos excepcionales, las personas que no posean dichas titulaciones podrán ser admitidas siempre que demuestren poseer preparación y experiencia laboral acorde al Seminario.

**Que**, en ese sentido cuenta con el Aval Académico del Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas (Resolución C.D.D.A.C.S.JyE. N° 170/2020), por lo que en virtud de lo establecido en los artículos 48° y 91° inc. "12" del Estatuto Universitario se remite a este Cuerpo.

**Que**, en ese sentido luce informe de la Subsecretaría de Posgrado del Rectorado, mediante el cual señala que la propuesta pertinente presenta las características necesarias para su desarrollo.

**RESOLUCIÓN N°: 1025**



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

*"2020: Año del General Manuel Belgrano"*  
**LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.**

**Que**, este Consejo Superior reunido en sesión ordinaria llevada a cabo el 27 de agosto de 2020 resolvió el asunto y en conformidad a lo dispuesto en los artículos 48° y 91° inc. "12" del Estatuto Universitario, aprobó el dictado del seminario señalado a marras.

*Por todo ello, en el ejercicio de sus atribuciones estatutarias y previo tratamiento en particular de lo antes "Visto y Considerado"*

**EL CONSEJO SUPERIOR  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1°: APROBAR** el seminario de posgrado denominado "**La radio como industria cultural en la convergencia digital**", a desarrollarse durante la primera quincena del mes de abril del año 2020, con un crédito horario de 20 hs., a cargo del Mg. Agustín Espada, en los alcances de lo señalado en los "Considerandos" de este acto administrativo, y cuyo detalle obra como anexo único de la presente.

**ARTÍCULO 2°:** Protocolícese, comuníquese y gírese a sus efectos a la Subsecretaría de Posgrado de Rectorado y a la Escuela de Posgrado del Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas.

**RESOLUCIÓN N°: 1025**

**Ab. Maria Laura Olmedo Larraín**  
Secretaria Relatora Técnica  
Consejo Superior

**Lic. Fabián A. Calderón**  
Presidente  
Consejo Superior



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

*"2020: Año del General Manuel Belgrano"*  
LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.

## ANEXO ÚNICO- RESOLUCIÓN N° 1025

### SEMINARIO DE POSGRADO "LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL EN CONVERGENCIA DIGITAL"

**Profesor Mg. Agustín Espada**

**Mail:** [aeespada@gmail.com](mailto:aeespada@gmail.com)

#### CV

Es becario doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas es (CONICET), Magíster en Industrias Culturales por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y Licenciado en Comunicación Social por la misma casa de estudios. Realiza su Doctorado en Ciencias Sociales en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Su trabajo de investigación tiene por objeto a las mutaciones de la industria radiofónica en el contexto de la convergencia digital. Es docente en la Universidad de San Andrés (Introducción a la Comunicación) y ayudante de cátedra en la Universidad Nacional de Quilmes en los cursos "Políticas de Comunicación" y "Gestión de medios" en la Licenciatura en Comunicación Social además de dictar el Seminario "Radio y convergencia digital" en la Maestría en Industrias Culturales en la misma universidad.

#### Presentación del Seminario

Los cambios en el sistema de medios afectan la forma a través de la cual los ciudadanos se informan, entretienen y, también, educan. La masificación de internet como plataforma de producción, distribución y consumo de contenidos culturales produce una serie de cambios y transformaciones en la forma a través de las cuales los bienes y productos de info-entretenimiento circulan. La radio, como una de las principales industrias culturales de Argentina –el 70% de los argentinos la escucha según la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales del Ministerio de Cultura-, sufre estas transformaciones en distintos planos. Se modifican sus contenidos, sus fuentes de financiamientos, los comportamientos de las audiencias para con ella y, también, los conceptos a través de los cuales se entiende "lo radiofónico". Este Seminario propone un recorrido por las definiciones tradicionales, la historia del medio y su desarrollo como industria cultural hasta el punto actual: el de la convergencia digital. A partir de entonces, se problematizan, teorizan y examinan las nuevas formas de producir, distribuir y ¿escuchar? radio.

#### Fundamentación y destinatarios

En el marco del centenario de la radiofonía argentina, se vuelve imprescindible una actualización teórica, conceptual y también práctica sobre las formas de producir, distribuir y pensar la radio. Este Seminario propone un recorrido por los debates más actuales y una recuperación de la importancia del medio como industrial cultural y como objeto de estudio dentro de las ciencias de la comunicación.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

*"2020: Año del General Manuel Belgrano"*  
LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.

## ANEXO ÚNICO- RESOLUCIÓN N° 1025

### SEMINARIO DE POSGRADO "LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL EN CONVERGENCIA DIGITAL"

Por este motivo, se recomienda este Seminario especialmente a graduados de carreras de comunicación, producción de medios, locución y operación técnica. También para docentes y directivos de esas carreras así como también a funcionarios públicos que tengan a su cargo el diseño de políticas de comunicación o la gestión de medios. Siempre deberán poseer título de grado universitario o de nivel superior no universitario, de carreras de cuatro años o más de duración; también, egresados de tecnicaturas o profesorado universitarios. Para casos excepcionales, las personas que no posean dichas titulaciones podrán ser admitidas siempre que demuestren poseer preparación y experiencia laboral acorde al Seminario.

#### Objetivos

El Seminario propone problematizar la actualidad del mercado radiofónico desde un recorrido teórico e histórico que introduce problemáticas tecnológicas, socio-culturales, económicas y políticas a su estudio. La propuesta es teórico reflexiva ya que a partir de la presentación y lecturas de la bibliografía, se abren instancias de tratamiento de lo visto en casos de actualidad. Además, el recorrido histórico y teórico tiene el objetivo de profundizar la problematización de lo entendido históricamente como radiofónico y cuestionarlo con los modelos actuales de hibridación de lenguajes y plataformas.

En una línea más específica, el Seminario tiene los siguientes objetivos:

- Consolidar corrientes teóricas para la definición de la radio como medio e industria
- Clasificar los distintos cambios que se aplican al modelo de negocio tradicional de la radiodifusión sonora
- Describir la evolución del medio en Argentina para detectar causas del escenario actual
- Categorizar las transformaciones que se suceden en el medio tanto a nivel tecnológico como productivo y sociocultural con el surgimiento de internet
- Introducir al podcasting como una nueva forma de producción sonora ligada a la radiofonía con sus particularidades y similitudes

#### Plan y modalidades de trabajo

El programa del Seminario se desarrolla en encuentros presenciales y virtuales donde se presentan los principales postulados y proposiciones de la bibliografía indicada para cada tema para luego proceder a trabajar con esas herramientas en el plano de los casos.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

*"2020: Año del General Manuel Belgrano"*  
LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.

## ANEXO ÚNICO- RESOLUCIÓN N° 1025

### SEMINARIO DE POSGRADO "LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL EN CONVERGENCIA DIGITAL"

De esta forma, si bien la cursada es plenamente expositiva, se fomenta la presentación de ejemplos reales para introducir tópicos de discusión entre los asistentes. Por otra parte, el docente establecerá, en el primer encuentro, una lista temática de prioridades a cubrir de acuerdo a los intereses del Seminario dentro del campo temático-problemático del mismo.

Se establece una cantidad mínima de 10 postulantes y una máxima de 30. El Seminario tiene una carga horaria de 20 horas a desarrollarse en tres días de cursado, e instancias de tutoría virtual para la elaboración del trabajo final.

La modalidad de la propuesta es presencial. Los encuentros del Seminario se llevarán a cabo, tentativamente, en tres días consecutivos de la primera quincena del mes de abril 2020, en los horarios de 16 a 21 horas.

#### **Sistema de evaluación**

El Seminario se aprueba con un trabajo monográfico que retome algún aspecto del mismo y su bibliografía. Este trabajo deberá entregarse luego de finalizado el cursado por correo electrónico. Además, se considera obligatoria la asistencia al 75% de las horas para su aprobación.

#### **Unidades y Bibliografía Obligatoria**

##### **Unidad 1. La radio como medio de comunicación e industria cultural**

Definiciones y problematizaciones de la radio como medio de comunicación, como institución social y sus características como industria cultural. Introducción de autores clásicos y discusiones conceptuales actuales.

- **Balsebre, Armand (1994) "El lenguaje Radiofónico", Madrid, Ediciones Cátedra. Capítulo 1 ("El lenguaje radiofónico" pp. 17-25)**
- **Bonet, Montse (2016). El imperio del aire: Espectro radioeléctrico y radiodifusión. Bcelona, Editorial UOC. Capítulo 6 ("Estas ondas son mías! Ineficiencias y obsolescencias de la radio digital" pp. 171-200).**
- **Mata, María (1993a). "La radio: una relación comunicativa". En Revista Diálogos de la Comunicación, N 35, Lima.**
- **Mata, María (1998). Saber sobre radio. Revista Signo y Pensamiento, 17 (33), Universidad Javeriana, Colombia, pp. 91-98.**
- **Cuesta Moreno, Oscar (2012). Los axiomas de la radio, la tecnología y el periodismo radiofónico. Poliantea 8 (14), pp. 191-212.**



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

"2020: Año del General Manuel Belgrano"  
LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.

## ANEXO ÚNICO- RESOLUCIÓN N° 1025

### SEMINARIO DE POSGRADO "LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL EN CONVERGENCIA DIGITAL"

- **Rodero Antón, Emma (2005).** "Producción radiofónica", Madrid, Ediciones Cátedra. Capítulo 4 ("Estructura de la Producción Radiofónica" pp. 167-272) y Capítulo 5 ("Fases de la producción radiofónica" pp. 273-276).
- **Fernández, José (2014).** "Asedios a la radio". En: Carlón, Mario y Scolari, Carlos (eds) *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires, La Crujía.

#### Unidad 2. La industria radiofónica y su modelo de negocio

Caracterización económica del mercado radiofónico, funcionamiento y competencia, estrategias de diferenciación, funcionamiento de la radio como empresa y fuentes de financiamiento. Clasificación de los distintos modelos de negocio de acuerdo a los distintos modelos de radio. Emisoras estatales, comunitarias y comerciales. Rol del Estado.

- **Marta-Lazo, Carmen y Ortiz Sobrino, Miguel Ángel (2016)** "La información en radio: Contexto, géneros, formatos y realización", Madrid, Fragua. Parte I ("Los contenidos informativos en el contexto general de la estructura y la producción radiofónica" pp. 15-32) y Parte IV ("Evolución de las TIC en la radio. Del equipamiento tecnológico a la realización del producto radiofónico" pp. 149-220).
- **Moreno, Elsa (2005).** Las radios y los modelos de programación radiofónica. Revista Comunicación y Sociedad, 18 (1).
- **Stiernstedt, Fredrik (2014).** "The Political Economy of the Radio Personality" En Journal of Radio & Audio Media 21(2), pp. 290-306.
- **Kaplún, Gabriel (1998).** "Producción de programas de radio". Capítulo 2 ("La naturaleza del medio" pp. 53-94).
- **Fernandez Sande, M y Peinado, F:** La empresa radiofónica actual, en "Sintonizando el futuro", Pérez Gallego, I y García Leiva, T (coordinadores), Instituto RTVE, Madrid, 2012. Disponible en [https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=q7bljengzs0C&oi=fnd&pg=PA29&dq=modelo+comercial+radiof%C3%B3nico&ots=wJatjbfDE4&sig=ZhPkNmo\\_W-Bw4ZvXwt2ejUnGr4Q&redir\\_esc=y#v=onepage&q=modelo%20comercial%20radiof%C3%B3nico&f=false](https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=lang_es&id=q7bljengzs0C&oi=fnd&pg=PA29&dq=modelo+comercial+radiof%C3%B3nico&ots=wJatjbfDE4&sig=ZhPkNmo_W-Bw4ZvXwt2ejUnGr4Q&redir_esc=y#v=onepage&q=modelo%20comercial%20radiof%C3%B3nico&f=false)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

"2020: Año del General Manuel Belgrano"  
LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.

### ANEXO ÚNICO- RESOLUCIÓN N° 1025

#### SEMINARIO DE POSGRADO "LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL EN CONVERGENCIA DIGITAL"

##### Unidad 3. La historia de la radio argentina

Recorrido que inicia en el surgimiento del medio en el país, las empresas que se hicieron cargo de la producción y de definir las características del mercado en su inicio. Evolución de un mercado proto-capitalista que contó con el Estado como partícipe necesario para su estructura y características actuales. Integración de la radio en el ecosistema mediático a partir de distintos surgimientos tecnológicos: televisión, radio FM, internet.

- **Tobi, Ximena (2008).** "El origen de la radio: De la radioafición a la radiodifusión". En: Fernández, José (ed.) *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires, La Crujía.
- **Tobi, Ximena (2010).** *La construcción de la empresa radiofónica*. Revista Letra, Imagen y Sonido, 3 (5), Buenos Aires, UBA.
- **Lindenboim, Federico (2013).** *La conformación de una radiofonía comercial en Argentina*. Revista Herramientas, 3 (9), Buenos Aires, pp. 7-25.
- **Merkin, Marta, Panno, Juan, Tijman, Gabriela y Ulanovsky, Carlos (1995).** *Días de radio. Historia de la Radio Argentina*. Buenos Aires, Espasa Calpe.
- **Matallana, Andrea (2013).** *Inventando la radio comercial: Apuntes para una biografía de Jaime Yankelevich*. Revista de Instituciones, Ideas y Mercados, 58, pp. 147-166.
- **Espada, Agustín (2017).** "La radio porteña y su estructura de propiedad: análisis de las políticas de comunicación y de la estructura de una industria analógica (1983-2016)". En Revista Austral Comunicación, v7, nro 1, pp. 121-149.

##### Unidad 4. Radio y convergencia digital: continuidades y transformaciones

Adaptación y estrategias de actores tradicionales (radios AM y FM) y emergentes (podcasters, radios online) hacia las nuevas plataformas: páginas webs, aplicaciones para teléfonos móviles, redes sociales, plataformas de distribución sonora. Cambios en la economía del sector, en los formatos de producción, en sus formas y en las definiciones teóricas.

- **Kischinhevsky, Marcelo (2017)** "Radio y medios sociales: Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales", Barcelona, UOC. Capítulo 1 ("En busca de lo radiofónico, perspectivas teóricas"), Capítulo 2 ("La convergencia de los medios y la reconfiguración de la industria de la radiodifusión) y Capítulo 3 ("La radio también quiere ser 2.0, Cómo los medios sociales abordan las interacciones comunicativas").



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

*"2020: Año del General Manuel Belgrano"*

LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.

ANEXO ÚNICO- RESOLUCIÓN N° 1025

### SEMINARIO DE POSGRADO "LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL EN CONVERGENCIA DIGITAL"

- **Ortiz Sobrino, Miguel Ángel y López Vidales, Nereida (2011). Radio 3.0: Una nueva radio para una nueva era. Madrid, Fragua.** Capítulo 1 ("La radio se transforma: nuevas tecnologías, nuevos hábitos y nuevos perfiles para el medio más cercano" pp. 15-40), Capítulo 5 ("La nueva organización de la producción" pp. 123-140) y Capítulo 6 ("Nuevos modelos de negocio para la radio" pp. 141-164).
- **Gallego Pérez, Ignacio y García Leiva, Trinidad (2012). Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI. Madrid, Instituto RTVE.** Capítulo 1 ("Del modelo productivo de la era analógica al de la radio multicanal" pp. 167-188), Capítulo 15 ("Publicidad y continuidad: evolución y desafíos" pp. 301-332) y Capítulo 16 ("Música popular y radio en el siglo XXI" pp. 331-352).
- **Wall, Tim (2017) "La radio musical entra a internet". En Revista Akademos, vol. 3.**
- **Pedrero, L., Sánchez, C. & Pérez, A. (2015). "Desafíos de la industria radiofónica española en el entorno digital: hacia la redefinición de su modelo de producción, comercialización y difusión (UPSA)". En El nuevo diálogo social: organizaciones, públicos y ciudadanos. Valencia: Campgráfico (pp. 421-436) ISBN 978-84-96657-40-3. Disponible en: [https://www.researchgate.net/profile/Luis\\_Pedrero\\_Esteban/publication/303485451\\_Desafios\\_de\\_la\\_industria\\_radiofonica\\_espanola\\_en\\_el\\_entorno\\_digital\\_hacia\\_la\\_redefinicion\\_de\\_su\\_modelo\\_de\\_produccion\\_comercializacion\\_y\\_difusion/links/5744cac908aea45ee85380c8.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Luis_Pedrero_Esteban/publication/303485451_Desafios_de_la_industria_radiofonica_espanola_en_el_entorno_digital_hacia_la_redefinicion_de_su_modelo_de_produccion_comercializacion_y_difusion/links/5744cac908aea45ee85380c8.pdf)**
- **Espada, Agustín (2017). Radio en internet y estrategias de negocio: Análisis comparativo de RadioCut, Posta FM, Vorterix Rock y Cienradios. Sphera Publica, 2, (17), 209-230**

#### Unidad 5. Podcasting

Definición y diferencias conceptuales del podcast y la radio. Evolución histórica del formato: del amateurismo a transformarse en industria. Nueva cadena de valor del podcasting con actores que se involucran tanto en la producción como en la distribución y comercialización que no provienen de la industria de la radio. Estrategias de medios tradicionales, plataformas digitales y radios. Modelos de comercialización y estrategias de monetización.

- **Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, 14(1), 7-22. DOI: <https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7.1>**





UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

*"2020: Año del General Manuel Belgrano"*  
LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.

### ANEXO ÚNICO- RESOLUCIÓN N° 1025

#### SEMINARIO DE POSGRADO "LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL EN CONVERGENCIA DIGITAL"

- **García-Marín, D. (2019).** La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(1), 181-196. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63723>
- **McHugh, S., 2016.** How podcasting is changing the audio storytelling genre. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), pp.65-82.
- **Moreno, L. (2017).** Podium Podcast, cuando el podcasting tiene acento español. *Prisma Social*, 18. Recuperado a partir de <http://revistaprismasocial.es/article/view/1418>
- **Newman, N. (2018a).** Podcast and New Audio Strategies. En Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Nielsen, R.K. *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponible en <http://bit.ly/audiostrategies>
- **Pérez-Alejo, M., Pedrero-Esteban, M., & Leoz-Aizpuru, A. (2018).** La oferta nativa de podcast en la radio comercial española: contenidos, géneros y tendencias. *Fonseca Journal of Communication*, 17, 91-106. DOI: <https://doi.org/10.14201/fjc20181791106>
- **Zaffarano, F. (2019).** How to launch a daily news podcast – tips from The Guardian's podcast producer Mythili Rao. Disponible en: <http://bit.ly/howtolaunchadaily>

#### **Infraestructura necesaria**

Será necesario contar con un aula con capacidad para el total de inscriptos a la propuesta, equipada con proyector y sonido.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA RIOJA  
Consejo Superior

"2020: Año del General Manuel Belgrano"  
LA RIOJA, 27 de agosto de 2020.

ANEXO ÚNICO- RESOLUCIÓN N° 1025

SEMINARIO DE POSGRADO "LA RADIO COMO INDUSTRIA CULTURAL EN  
CONVERGENCIA DIGITAL"

Presupuesto y arancel

Curso de Posgrado de Radio

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Honorarios Docentes - Horas	20	\$ 650	\$ 13.000
Traslado Ida - Vuelta	1	\$ 13.000	\$ 13.000
Alojamiento	3	\$ 1.200	\$ 3.600
Almuerzo y Cena	3	\$ 800	\$ 2.400
Certificados	40	\$ 40	\$ 1.600
<b>SubTotal</b>			<b>\$ 33.600</b>
Ret. FUNLaR	20%		\$ 6.720
<b>Total</b>			<b>\$ 40.320</b>

**Arancel**

Graduados - Docentes UNLaR	\$ 2.000
Profesionales Externos	\$ 2.500

**Ab. Maria Laura Olmedo Larraín**  
Secretaria Relatora Técnica  
Consejo Superior

**Lic. Fabián A. Calderón**  
Presidente  
Consejo Superior